

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยความเชื่อมั่นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฮอร์โมนพืชผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย
ผู้ประพันธ์	อภิษฎา รามจิตร
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.นาตาชา มาศวิเชียร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) อิทธิพลของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อการตัดสินใจซื้อฮอร์โมนพืชผ่านช่องทางออนไลน์ และ (2) อิทธิพลของปัจจัยความเชื่อมั่นที่มีต่อการตัดสินใจซื้อฮอร์โมนพืชผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย โดยใช้กรอบแนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) และปัจจัยด้านความเชื่อมั่นเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การซื้อ ขอบเขตการศึกษาครอบคลุมผู้ที่มีประสบการณ์ซื้อฮอร์โมนพืชออนไลน์ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง 385 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพเกษตรกร พฤติกรรมการซื้อฮอร์โมนพืชผ่านช่องทางออนไลน์ส่วนใหญ่เลือกใช้ Shopee และ Lazada โดยมีเหตุผลหลักคือความสะดวกและราคาที่เหมาะสม ผลการวิเคราะห์เชิงสถิติ พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกับปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ซึ่งประกอบด้วย คุณภาพสินค้าและบริการ ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ และภาพลักษณ์ของสินค้าและองค์กร ล้วนส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อฮอร์โมนพืชออนไลน์

ข้อค้นพบจากการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคในภาคการเกษตรมีแนวโน้มเลือกซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น หากแพลตฟอร์มและผู้ขายสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ มีระบบการใช้งานที่ง่าย และนำเสนอสินค้าอย่างโปร่งใสและมีคุณภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการ ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อออนไลน์ของเกษตรกร

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, ความเชื่อมั่นผู้บริโภค, การตัดสินใจซื้อ, ฮอริโมนพืช, การซื้อขายออนไลน์



Independent Study Title Consumer Confidence Factors Influencing Online Purchasing of Plant Hormones in Thailand

Author Aphitchaya Ruamchit

Degree Master of Business Administration (Business Administration)

Advisor Natacha Maswichian, Ph. D.

ABSTRACT

This study aimed to investigate (1) the influence of technology acceptance factors on the decision to purchase plant hormones through online channels, and (2) the influence of consumer confidence factors on the decision to purchase plant hormones online in Thailand. The research framework was based on the Technology Acceptance Model (TAM) and consumer confidence dimensions. The study focused on consumers who had prior experience purchasing plant hormones online. A sample of 385 respondents was determined and data collected through a structured questionnaire validated for reliability and analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis.

The results revealed that most respondents were male, aged between 31–40 years, held a bachelor's degree, and worked in the agricultural sector. Their main online purchasing platforms were Shopee and Lazada, chosen primarily for convenience and reasonable prices. Statistical analysis indicated that technology acceptance factors—perceived usefulness, perceived ease of use, and attitude toward using—had a significant positive influence on purchasing decisions. Likewise, consumer confidence factors, including product and service quality, website reliability, and brand and organizational image, directly influenced the decision to purchase plant hormones online.

These findings highlight that agricultural consumers are increasingly willing to purchase through online platforms when trust is established, the system is user-friendly, and products are transparently presented with assured quality. Therefore,

online sellers and platforms should emphasize improving product and service quality, enhancing trust in online transactions, and building a credible image to encourage future online purchasing decisions among agricultural consumers.

Keywords: Technology Acceptance, Consumer Confidence, Purchasing Decision, Plant Hormones, Online Shopping

